ロンドンのホームレスのためのSMSサービスの共同設計

脆弱なユーザーと関わるデザイナーの考慮事項

グループ

オヒョン・クォン、アネミーク・ファン・ボエイジェン

オランダ、デルフト工科大学・工業デザイン工学部、The

オランダ

要旨

本論文は、SMSサービスを開発するデザイナーの課題を報告します
および脆弱なユーザーグループであるホームレスの人々と、彼らを支援する
ロンドンの機関。設計において展開された方法も説明しています
プロセス。共創活動はホームレスの人々と、
街路、ホステル、日中活動所などの生活環境の外でも実施されました。
第一著者は彼らと内部者（ボランティア）または外部者（デザイナー）として関わりました
またはファシリテーター）。本論文は、内部および外部での共創活動がどのように影響するかを強調します
この脆弱なユーザーグループの外部環境が取り組み方に与える影響を示します
グループ。さらに、本論文は倫理的問題とさまざまな役割（内部-外部、ボランティア-専門家）について議論します
（内部-外部、ボランティア-専門家）デザイナーがこの状況で直面する課題。
この特定の状況。最終的には、参加者がプロジェクトの所有権を共有できるようにし、
プロジェクトの所有権を共有させるとともに、彼らの関与能力を慎重に検討することを推奨します
関与。

キーワード: サービスデザイン; 共創; 参加型デザイン; 脆弱なユーザー
グループ; ホームレスの人々。

1 はじめに：脆弱で

周縁化されたユーザーグループ

本論文は、SMSサービスを共同設計することで得られた洞察を報告する
ロンドンのホームレスの人々と。
デザイナーが脆弱で取り組みにくいプロジェクトに協働設計としてどう臨むべきかという問いに答え、議論する
人々を関与させる。.

ホームレスの人々は、問題や経験している状況のためにしばしば脆弱な集団とみなされる。
彼らが経験している問題と状況。ホームレス状態は
精神疾患や薬物乱用など個人の固有の問題に起因する。
さらに、移民問題や人間関係といった状況的特徴も、
ホームレス状態を引き起こす（Ensign, 2003）。（有権者）
烙印を押され、個人の知人や機関からサポートを求めることを拒む。
彼らは都市を頻繁に動き回る傾向がある（Jonsen ら、
2007年）。これらの問題のため、ホームレスの人々に適切な支援を提供することは難しい。
彼らに適切な支援を提供すること、公共参加へ関与させることが難しい
（Brackertz ら、2005）。

プロジェクト中、ホームレスの人々が居住するさまざまな環境を特定した
それらはデイセンター、ホームレス宿泊施設、街路である。デイセンターは
午前から午後早くまで開かれた、建物ベースのサービス。彼らは提供する
人々へ食事など基本的ニーズの充足、提供
シャワー、ランドリーファシリティ、訓練や支援も。ホームレス宿泊所
ホームレスに対して一時的な就寝スペースを提供する。ホームレスの人々は過ごす
街頭で長時間を過ごす。食事と飲み物を提供するスープランの配布は
路上のホームレスを食事で支援することを目的とし、特定の時間に到着し、
場所。各環境にはアクセス可能性と行動を規定する独自の政治がある。
ホームレス利用者の行動。例えば、ホームレスの人々はのみ
他の機関が紹介した場合にデイセンターや宿泊所へアクセスを許可される。
設計過程での参加者との関与は、内部と外部の双方で発生した
これらの環境の内外で。

サービスデザインは過去10年で台頭してきた。
「サービスデザイン」という用語は、経営学などの関連分野に見られるが、
デザインには定義に関する合意はまだない。経営学では

文献では、サービスはしばしば財（製品）の対語として説明される, ,
これらは製造プロセスの結果である。VargoとLusch（2004）
「すべてはサービス」という概念を導入し、サービスを「プロセス」と定義する
顧客を共同生産者として関与させ、提供をカスタマイズして最大化する。
経営研究者は組織のあり方について知識を深めてきたが、
サービスを運用する方法は進んできたが、サービスを設計する方法については理解が乏しい（キンベル）
（2011）デザイン分野は、サービスデザインが共通性を共有することを理解している。
それはインタラクションデザインと相互に関連し、体験、時間を基盤とする媒体、そして
システム思考。しかし、サービス設計はより広い領域と関連しており、含むのは
ビジネスと戦略の要素で、インタラクティブなアーティファクトを部分的に含む（King 2011年および
Holmild 2007）。サービスデザインは参加型デザインとも強い関連性を持つ。
（Holmild 2009）。参加型デザインのアプローチが開発・適用され、
デザイン過程に参加者を関与させ、デザイン実践が
意図された利用者の能力、夢、願いを取り入れることを意味する
（Sleeswijk Visser 2005）。共同創造とカテゴライズに従い、
MattelmäkiとSleeswijk Visser（2011）による共同デザイン実践に従い、私たちのアプローチは
利用者グループは、最も複雑な関与タイプに位置づけられ、
多様なステークホルダーが関与し、単なるユーザーだけでない協働プロセスとなる。
しかし、脆弱で疎外された人々と協働する場合、例えば
ホームレスの人々などには、彼らと関わる際に追加の注意を払うべきである（Patton、
1999年）。

地域参与評価技術の開発者と実践者は、
農村部に暮らす貧困層の理解を目的として開発された手法は、
' outsiders'（外部者）を'in insiders'（内部者）と区別し、開かれた心構えの重要性を強調する、
地元資材の使用と'insiders'のエンパワーメントを重視する
（Chambers, 1997）。農村部の貧困層向けデザインプロジェクトの評価から、
私たちは、参加型デザインで用いる技術を調整する必要があることも分かる。
言語の障壁、教育・文化的差異のため、たとえば参与型デザインでは、
差異（Van BoeijenとStappers、2011）。しかし、私たちの利用者グループは、
ロンドンのホームレスは、特定のアプローチを必要とする異なる特性を持つ。
本論文は、この困難な対象者グループの関与に関する考慮事項を浮き彫りにする。
デザインプロセスにおけるアクセス困難なユーザーグループ。

第2章では、Homeless SMSプロジェクトの事例を紹介します。第3章では
ホームレスの参加者との関係がどのように築かれたかを説明します。
第4章では、SMSサービスのプロトタイピングの3つのステップと関わった
課題について説明します。最後に、この事例から得られた教訓について議論し、
同様の状況で共創するデザイナーへの提案で締めくくります。

2 事例：Homeless SMS

このプロジェクトは、関連情報を転送するモバイルSMSサービスを作成し、
ホームレスユーザーに情報を提供し、支援的な社会的交流を促進することを目的としました。
関係するユーザー（ホームレス、元ホームレス、一般市民など）の間で、
交流を促進します。私たちの調査によると、ロンドンのホームレスの70%が
シンプルなタイプの携帯電話を所有しています。このサービスはTwitterを利用して
関係者間のコミュニケーションを仲介し、ホームレスの携帯電話にSMSを送信します。

ホームレスの方々と協働して参加型デザインを実施するために、私たちは多大な努力を払い、
文脈調査やデザインワークショップを通じて、潜在的な参加者との関係を築きました。
その後、反復的なサービスプロトタイピングを実施しました。
25人以上のホームレス参加者とホームレスデイセンターの協力を得て行いました。
図1はサービスのプロトタイプを示しています。その結果、
サービス計画がまとめられました。



図1　　ユーザー向けの説明を含むサービスのプロトタイプ。

3 プロジェクトのアプローチ パート1: 関係の確立

外部者としてプロジェクトを開始する際、デザイナーには十分な
知識と共感が欠けている。そのため、著者は費やした
ホームレスの人々との関係を築くために多くの時間と労力を費やし、
協同設計活動を行う前に、彼らと関わって、この文脈的調査は、
6週間を要し、デザイナーが彼らが滞在している環境に関与することから始まった。
潜在的参加者が周囲に集まっている場所だった。研究は私たちが
ホームレスの人々の独特の生活様式を理解し、快適に感じることを可能にした。
彼らに近づくこと。さらに、研究対象者が「外部の人々」と打ち解けるほど、それは
外部の人々への信頼を構築するのに役立ちました。活動は次のように進められました:
2段階で展開されました。まず、デザイナーがボランティアとして内部者となり、そして
同時に観察を行い、第二に、参加者は自分の居場所を離れ、
自分の環境を離れ、新しい設定（デザインワークショップ）へ招待されました。
デザイナーによってアレンジされました。

3.1 インサイダーになる: ボランティアと没入型観察

ホームレスの人々との最初の接触は、デザイナーの関与によって行われました
ホームレス宿でのボランティア活動で。ボランティアを行う際には、許可が必要でした
ゲストと研究を行う権限を当局から得る必要がありました。同時に、
そのデザイナー・ボランティアは、サービス利用者と関わる際のルールのリストに従うことが求められました。
サービス利用者と関わること; ボランティアは建物の外部でゲストと連絡を取ること、個人連絡先を交換すること、権限のない資料的支援を提供することを許されません。
建物の外での連絡、個人の連絡先の交換、いかなる
権限のない物質的支援の提供を許可なく行うこと。後に、これらの規則はしばしば
デザイナーが共創設計を行う方法と矛盾しました。
参加者は同様にサービス利用者です。インサイダーになる別の方法は、
野宿者の観察に従事することでした。これにより、
デザイナーが路上の環境に没入できるようになりました。数日間丸ごと費やしました。
夜明けから深夜まで、野宿者が眠りにつくまでの間、
眠るまで。

インサイダーになる取り組みは貴重な利益をもたらしました：プロジェクト
チームはホームレスの人々との継続的な連絡を得、彼らが参加しました。
プロジェクトにも。また、デザイナーは彼らへの共感を深めることができました。ホームレス
人々はデザイナーを信頼しました。彼をボランティアとしても捉えたため、これは

デザインプロセスに参加するための前提品質であった。しかし、この方法はむ
ばね、デザイナーが内にいる時間を substantial に要する
困難な生活と confronting することによる燃え尽きリスクを伴う
多くの参加者が経験した状況。

3.2 参加者を外部へ招く: ワークショップ



図2 共創セッションの一場面。

文脈調査の段階の後、プロジェクトチームは共創を実施しました
サービス開発の洞察を得るためのセッション（図2を参照）。その
セッションはサービスの関係者を代表する8名を募集しました
コンセプト; ホームレス2名、元ホームレス2名、1名ボランティア、1名アウトリーチ
ワーカーが選定され、ワークショップに招待されました。彼らは全員 substantial
ホームレス経験を有しつつも異なる視点を持っています。期間中の
セッションでは、ストーリーボードを使ってサービス概念を提示しました。参加者は
そのアイデアを理解し、自由に意見を述べました。さらに、彼らは
通信するモバイルツールを発想するデザイン活動を行い、それが
ホームレスの支援を目的としています。参加者は可能な解決策を考案することに興奮しました
問題を伝える以上の解決策。 .

通常の環境 outside の意図した設定へ参加者を招くこと
彼らの想像力を刺激することで、参加者はプロジェクトの所有者としての感覚を抱くことができました。
これにより、参加者のプロジェクトへの関心が確保され、彼らを動機づけました
プロジェクトへさらに関与させること。しかし、ワークショップを実施する際には、
通常の環境の外でホームレスの参加者を扱うことは侵害してしまいました
サービス提供者が定めた規則に違反し、デザイナーが必要とした許可を妨げました。

4 プロジェクトアプローチ 第2部：サービスのプロトタイピング

プロトタイピングは概念を具体化する上で中心的な役割を果たしました。サービス-システムはプロトタイピングの3つの反復を通じて段階的に進化しました。そのプロトタイプは設計のすべての側面を実現しようとはしませんでした。むしろ、それらは選択されたアイデアの具現化と、参加者の現実への管理可能な介入でした。

参加者の現実に対して。各プロトタイプは、技術プラットフォームの選択、コア機能の特定、ユーザーやサービス提供者とのコミュニケーションといった重要な設計決定に寄与しました。

技術プラットフォームの選択、コア機能の特定、ユーザーとサービス提供者とのコミュニケーション。3つの反復を設定しました。目的と関与するユーザーグループが異なるものです。名称は(1)です。初期概念の限界の発見、(2) サービスの共同創造概念) と(3) サービス設計の実装. .

4.1 限界の発見

最初のプロトタイプは、ホームレスが利用できる初期のサービス概念を検証しました。地元のホームレス支援サービスを見つけ、役立つ情報の定期的な更新を受け取ることができました。その両方の機能はSMSを通じてユーザーに提供されました。実施するには、私たちは、ホステルとロンドン中心部の路上の11人のホームレスの協力を得てプロトタイプを作成しました。ロンドン中心部。彼らはサービスの利用に同意し、ある後にフィードバックを提供しました。数日後、インセンティブは提供されませんでした。しかし、私たちは意図した結果を達成できませんでした。募集した11人のうち2人しか関与を維持し、フィードバックをくれませんでした。関与を維持し、フィードバックを提供してくれました。この失敗にもかかわらず、私たちは重要な教訓を得ました。参加者の関与を確保するための重要な教訓: まず、デザイナーはホームレス参加者を募集するための適切な環境を選ぶ必要があります。路上から募集された人々にはフィードバックを得ることが難しかった。多くの路上のホームレスの人々には、彼らが滞在する定常的な区域があります。ただし、日中は常に移動しており、見つけるのが難しいです。ホステルの参加者は、滞在先のシェルターに終日在籍していたため、再訪問は容易でした。このことは、路上が募集に適切な場所ではないことを示唆しました。パイロットサービスへの関与を確保するためには、第二に、私たちは参加者が利用することへの関与を促す必要性を経験しました。プロトタイプ。ホームレスの人々の注意を引きつけ、それのアイデアを説明し、参加の利点を説明することは非常に難しかった。多くのホームレスの人々は直接的にプロトタイプサービスの話を聞くと参加を拒否しました。 .

4.2 共同創造

2回目の反復は、サービス・システムの主要な機能をテストすることを目的としました
およそソーシャル・ネットワーキング・サービスにどのように適合できるかを確認するため
Twitter。プロトタイプはTwitterのモバイルサービスを使用し、ユーザーが
SMSでほとんどの機能を操作できるようにしました。

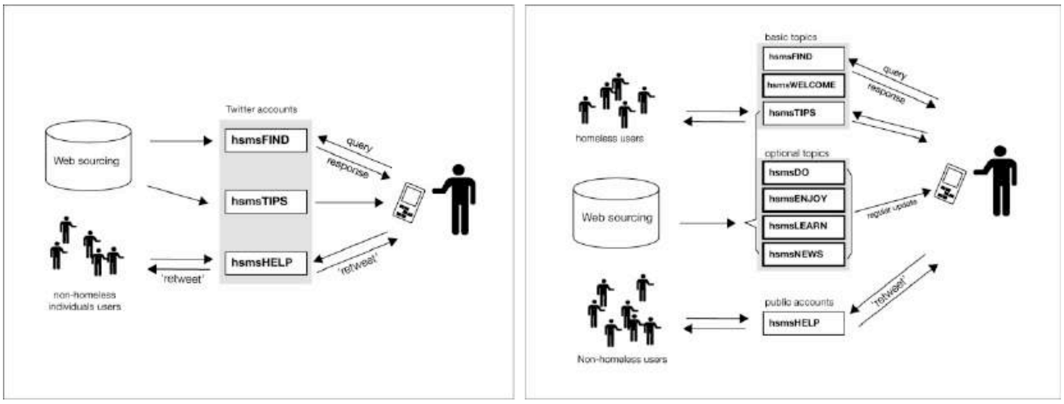


図3 サービスの第2プロトタイプ（左・初期状態；右・最終状態）

図3、左はプロトタイプの初期通信構造を示し、右は
このフェーズの最終結果を示します。基本の3つのTwitterアカウントから始まりました
@hsmsFIND、@hsmsTIPS、@hsmsHELPを含み、これらはさまざまな機能を提供します
異なる機能。プロトタイピングの後、ユーザーの情報ニーズに合わせてより多くのアカウントが作成されました
ユーザーに特定の情報を提供し、関連する情報を選択できるようにしました
彼らの興味や状況に合った情報を含みます。この中には
天気予報など有用な情報を提供するアカウントが含まれていました
教育と訓練の機会。

第1回の反復から学んだ教訓に基づき、継続の必要性があることがわかりました
「関与ユーザーグループ」との参加を続け、意見を求めることについて
デザイン決定。これを行うため、6名のホームレスが選ばれました。全員が
ホームレス宿泊所から募集され、うち3名はすでに設計ワークショップに参加していました
設計ワークショップ。彼らは少なくとも1か月は本プロジェクトに参加することに同意しました
個別およびグループセッションを通じてフィードバックを提供すること。見返りとして、
私たちは彼らにプリペイドSIMカードまたは£10の携帯電話クレジットのバウチャーを提供しました。.
これにより、翌月も完全にテキストメッセージを送信できるようになりました
プロトタイプ提供のサービスを活用するため。また、追加で100分の通話時間を提供しました
ボーナスとしての時間。

プロトタイピングの際、彼らは個別およびユーザーグループのセッションに招待されました。 .
デザイナーと参加者はメッセージングサービスの詳細な機能について議論しました。
これには、1つのメッセージに含めるべき情報が含まれていました。
メッセージの内容の種類や、ユーザーにとって有用な内容、
また、ユーザーが機会を受け取った際に訪れる意思のある地理的範囲なども含まれていました。
都市での機会を受け取る際に。.

4.3 実施

共創フェーズでまとめられたサービスコンセプトは、
ロンドン中心部のホームレスデイセンターで実施されました。前回のプロトタイプの結果が
組織を納得させ、パートナーシップを生み出しました。
このプロトタイプは、より多くのユーザーで統合されたサービスコンセプトをテストし、
既存のサービス提供者がどのようにコミュニケーションチャネルに関与できるかを明らかにすることを目的としました。
そのために、専用のTwitterアカウントが設置されました。 ,
これにより、組織とそのクライアントとの間に直接的なコミュニケーションチャネルが提供されました。
合計18名の参加者がサービスに参加し、デイセンターのサービスを利用しました。
クライアントがサービスに登録するよう促すため、
サービスに登録した参加者には報酬としてランチバウチャーが与えられました。 ,
その価値は£2でした。このインセンティブは効果的かつ強力で、
彼らの関心を高め、サービスの詳細を説明する機会を提供しました。
さらに。

5 結論と議論

本論文は、デザイナーがホームレスの参加者とどのように関わるかを記録しています。
サービスを共にデザインするために。私たちは得られた教訓を強調し、
脆弱なユーザーグループと共に、またはそのためにデザイナーが共創する可能性について議論します。

1）デザイナーは、ホームレスとの関与の範囲について認識する必要があります。
ホームレスの参加は、彼らの環境の内外の両方で行われます。

意図された活動の目的に応じて、デザイナーは決定する必要がありました。
ホームレスの人々と彼らの慣れ親しんだ環境内で参加を確立するか、
それとも既存の環境の外に連れ出すかを決める必要がありました（表1参照）。
1）。医療分野のアクションリサーチ実践者は、この
インサイダー（この場合は参加者/ボランティア）としての役割と

プロジェクト）および外部者（研究者またはファシリテーター／専門デザイナー）
組織のプロジェクト（Williamson & Prosser, 2002 および Coghlan, 2001）.
Titchen と Binnie（1993）は、研究者としての実践的な『二重役割』を確立しました、
類似の困難を克服するためのチェンジ・エージェントとして。

表1 ホームレスとの参加環境。

活動	参加者の環境
ボランティア活動と没入型観察	内部（路上とホステル）
ワークショップ	外部
共創	外部
実装	内部（日中センター）

各環境には、ホームレスの振る舞いを規制する独自の権威と文化があります。
人々の行動。デザイナーが特定の状況下で参加者と関わるとき、
彼らのルール、例えば関与が許される時間と場所などに従う必要があります。
彼らと関わることを許されている。しかし、自分の権限の下にあることは強く、
共創活動の自由を制限します。例えば、共同創造の過程では、
参加者は設置と目的の環境に招待されました。
それはワークショップの目的に適したものでした。さらに、権威は評価してくれないかもしれません
サービスのアジェンダ。これを行うには、デザイナーは慎重に
関連サービス提供者のマネージャーとコミュニケーションを取り、同意を得る必要があります。
監督外での関与の許可。これにより、
デザイナーは参加へのより高い責任を負います。特に、関与を引き受ける際には、
利用者グループの脆弱性を考慮して。

2) デザイナーは参加に関連する倫理的問題に直面します。

ホームレスとの関与について。

ホームレスの参加者を設計プロセスに取り込むことは、重大な倫理的問題を生じさせます。
デザイナーへの問題点。まず、デザイナーはさまざまな役割を演じる必要があり、それらは多くの場合、
対立しており、ユーザーグループに透明化することが不可能な場合もあります。
関与する関係者と。サービス内で参加者と関わる際、
提供者側では、デザイナーの役割はボランティアで、サービス利用者を支援することでした。
与えられた tasks を遂行すること。とはいえ、デザイナーとして彼は得ることを意図していました。

ユーザーグループへのアクセスと信頼の構築。デザイナーとの関係と
ホームレスの人々との関係は個人的で、彼らの結びつきは発展させることができた
関与の期間に沿って。しかし、デザイナーがデザインを実施する時には
参加者との活動には関係がより階層的になる。特に、
第一著者は関与するユーザーグループと友好的な関係を築いた
ホステルでの定期的なボランティアを通じて、彼らを促すように見えた
デザイン活動への参加。これによりデザイナーには「罪悪感」が生じた、
個人的な関係がデザインプロジェクトのために道具化されているからである。
さらに、デザイン過程で参加者は不確実性を避けられない
プロセスは、脆弱な人々に潜在的な害を及ぼす可能性がある。デザイナーが求めるとき、
ホームレスに共同デザイン活動への参加同意を求めると、結果は
事前には明確でない。これはデザイン過程に inherent（固有）である。これらの脆弱な
参加者はプロトタイプによって生じるミスを処理する能力が低い。最後に、 ,
参加者の貢献を適切に評価することは難しい。報酬を提供することで
参加者に動機づけを与えることは関与を促すが、しかし、これは
彼らの時間と努力を十分にカバーするものではない。

3) デザイナーの可能性

- 参加者がプロジェクトの所有権を持つことを認める。

参加者にプロジェクトの所有権を持たせることは可能な解決策になるだろう
報酬の問題と不確実性への対処の問題に対する解決策になる
参加のレベルを、アーンシュタイン（1969）は市民参加のレベルを定義している
市民の力の程度に応じて最終製品の決定に影響を与えること。彼女は
「トークン主義」と本物の参加を分け、参加者に意見を述べる機会を与えるが
発言権はあるが決定権はない。これは共同デザインが
参加者に意見を述べさせるだけでなく、
ユーザーが自分の関与が製品の主要部分であると認識できるようにする
それ自体。参加者は設計開発における自分たちの価値を理解する必要がある、 ,
それにより参加意欲が高まる。ユーザーを巻き込み、
可能な解決策を発案させるワークショップは第一歩である
この所有感を刺激する。

- デザインプロジェクトに関与させる際には参加者の能力を考慮する。

共設計プロセスに参加するユーザーは自分の行動を適応するよう求められます、 ,
例えばプロトタイプをテストする際など。これは設計が
参加者の現実の生活における介入を意味します。デザイナーはこれを過小評価することがあります、
プロトタイプを概念の表現として捉え、それがまだ現実の生活には存在しないと考えるためです。
まだ自分たちの現実の生活の一部ではありません。したがって共設計の実践を展開する際、
デザイナーは各参加者がどの程度の変化に適応できるかを慎重に考慮すべきです、
設計介入が彼らにもたらす変化を含めて。ここで、
参加者の能力は制限だけでなく可能性も含意します。
デザイナーは参加者が持つ潜在能力を見つけ出す目を持つ必要があります、
それらを適切な設計活動へと変換します。

謝辞

著者はHomeless SMSの創設者ウィル・ブレイン、ビンツェオ・ディ・マリアに感謝します、
社会的に責任あるデザイン機関Common Groundのディレクター、ベン
The Connection St Martinのリチャードソンと、パートナー・ジャン・ステーパーズ教授。
デルフト工科大学の工業デザイン工学部で。

参考文献

Arnstein, S. R. (1969)。市民参加の階段。AIPジャーナル。

Brackertz, N., Zwart, I., Meredyth, D. & Ralston, L. (2005)。コミュニティ
consultationと『手の届きにくい人々』：ビクトリア時代の概念と実践
地方自治体、社会研究所、スウィンバーン大学の
技術学、メルボルン。

Chambers, R. (1997)。誰の現実が重要か？第一を最後に置く。
中間技術出版物。

Coghlan D. (2001)。内部アクションリサーチプロジェクト。マネジメント学習32、
49–60

Ensign, J. (2002)。ホームレスを含む質的健康研究の倫理的問題
青年。カナダの質的健康研究の eighth annual Institute。 ,

Holmlid, S., & Evenson, S. (2007). サービスのプロトタイピングと実践：教訓
人間中心の手法から得られた教訓。第10回クオリティ・イン・サービス会議の予稿集
サービス会議、QUIS 10。フロリダ州オーランド。

Holmlid, S. (2007) インタラクションデザインとサービスデザイン：拡張する
デザイン分野の比較。Design Inquiries.

Holmlid, S. (2009) 参加型、協働型、解放型：参加型デザインから
サービスデザインへの移行。北欧サービスデザイン・サービスイノベーション会議
イノベーション。

Houde S. & Hill C. (1997). プロトタイプは何をプロトタイプするのか？ヒューマン・コンピュータ・インタラクション・ハンドブック（第2版）
アムステルダム。

Johnsen, S., May J., & Coke P. (2008). 「ホームレスの場所」を想像（イメージ）する：
オートフォトグラフィーを用いたホームレスの地理の（再）検討。英国王立地理学会。
英国王立地理学会。

Kimbell, L. (2011). サービスのためのデザイン：サービスデザインの一つの方法。
International Journal of Design Vol6. No.2

King, O. (2011). サービスデザインとユーザーエクスペリエンス：同じか異なるか？
UX London Conference 2011 基調講演

Mattelmäki, T. & Sleeswijk Visser, F. Lost in Co-X: コーデザインの解釈
およびコークリエーション（2011年）。 国際デザイン学会連合
研究。

Titchen A. & Binnie A. (1993). 研究パートナーシップ：協働的アクションリサーチ
看護における研究。Journal of Advanced Nursing 18, 858–865.

Patton, M. Q. (1999). 質的分析の質と信頼性の向上
分析。Health Services Research 34, 1189-1208.

Sleeswijk Visser, F., Stappers, P. J., van der Lugt, R., & Sanders, E. B. N.
(2005). コンテキストマッピング：実践からの経験。 CoDesign: International
Journal of CoCreation in Design and the Arts, 1(2), 119-149.

van Boeijen, A. G. C., & Stapper, P. J. (2011). 支援が行き届いていない人々へのサービス：
デザイナーは農村評価技法から何を学べるか？ International
Association of Societies of Design Research.

Vargo, S. L. & Lusch, R. F. (2004) マーケティングにおける新たな支配的論理への進化
Journal of Marketing, 68(1), 1-17.

Williamson G. R. & Prosser S. (2002). アクションリサーチ: 政治と倫理と参加。看護研究における方法論的問題点。